

CÓRDOBA, 10 OCT 2019 .-

**VISTO:**

*La oportunidad de crear una carrera universitaria referida al diseño gráfico dentro del ámbito de la Facultad de Arte y Diseño de la presente Universidad;*

**Y CONSIDERANDO:**

*Que en la necesidad de acompañar el proceso de normalización cumplimentando lo que indica el Proyecto Institucional en lo que respecta a la transformación de las carreras de nivel superior no universitaria en carreras universitarias, se considera oportuno crear la Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico como carrera de universitaria de pregrado dentro del ámbito de la Facultad de Arte y Diseño de la Universidad.*

*Que la Facultad de Arte y Diseño remite a la Secretaría Académica de Rectorado proyecto de plan de estudios de la carrera, y con posterioridad la mencionada Secretaría eleva al Rectorado proyecto analizado.*

*Que la propuesta surge como respuesta a las demandas sociales y a la evolución de la carrera que la antecede: "Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico" que se dicta en la Escuela Superior de Artes Aplicadas "Lino Enea Spilimbergo".*

*Que conforme se fundamenta en el plan de estudios la Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico está orientada para que el egresado se desempeñe con solvencia en el campo del Diseño Gráfico.*

*Que la presente oferta académica procura que el egresado/a pueda dar respuesta a las demandas de su entorno y contribuir en la mejora de la calidad de vida de las personas en términos sociosustentables, enfatizando en lo gráfico a través de unidades curriculares que se encontraban ausentes en la tecnicatura superior en Diseño Gráfico.*

*Que compete a las instituciones universitarias crear carreras de pregrado, grado y posgrado en función de la autonomía académica e institucional consagrada por el art. 29 inc. d) de la Ley N° 24.521 de Educación Superior, asimismo, la Ley Provincial N° 9375 de creación de la Universidad confiere la autonomía académica en igual sentido.*

*Que la propuesta elevada se ajusta a los extremos, fundamentos y fines contemplados en el “Proyecto Institucional” aprobado mediante Decreto N° 1409/2012 del Poder Ejecutivo Provincial.*

*Que conforme lo establece el art. 2 de la Ley 9375 y su modificatoria, la Universidad Provincial de Córdoba, se integra al sistema educativo como órgano máximo de la Educación Provincial, articulándose con los demás niveles educativos y colaborando con los mismos en su evaluación, planificación y formación de recursos humanos, especialmente con las instituciones de educación superior.*

*Que conforme a lo dispuesto por los artículos por el artículo 14 de la Ley Provincial N° 9.375 y su modificatoria, corresponden a la Rectora*

*Normalizadora las atribuciones propias de su cargo, y a su vez, aquellas que el Estatuto le asigna a los futuros órganos de gobierno de la Universidad.*

*En virtud de todo ello, la normativa citada y en uso de sus atribuciones;*

**LA Rectora Normalizadora  
DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA**

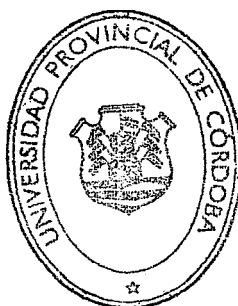
**RESUELVE:**

**Artículo 1º:** *CRÉASE* la Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico como carrera universitaria de pregrado, la cual otorgará el Título de Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico y se dictará en la Facultad de Arte y Diseño de la presente Universidad Provincial de Córdoba.

**Artículo 2º:** *APRUÉBASE*, el plan de estudios que en Anexo I se acompaña y forma parte de la presente resolución.-

**Artículo 3º:** *PROTOCOLÍCESE*, comuníquese y archívese.-

**RESOLUCIÓN Nº 0185**



  
Lic. Raquel Krawchik  
Rectora Normalizadora  
Universidad Provincial de Córdoba



**Anexo I**

**UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CORDOBA  
FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO**

**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO GRÁFICO**

**1. Identificación de la carrera**

**1.1. Nombre de la carrera**

Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico

**1.2. Nombre de título a otorgar**

Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico

**1.3. Duración estimada**

3 (tres) años

**1.4. Carga horaria total**

1840 (mil ochocientos cuarenta) horas reloj

**1.5. Nivel académico universitario**

Pregrado

**1.6. Ubicación en la estructura institucional**

Facultad de Arte y Diseño de la Universidad Provincial de Córdoba

**1.7. Fundamentación**

La Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico es un trayecto formativo de pregrado que resulta de la transformación de la Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico y Publicitario de la Escuela Superior de Artes Aplicadas "Lino Enea Spilimbergo" que actualmente integra la Facultad de Arte y Diseño. Esta oferta académica está orientada para que el/la egresado/a se desempeñe con solvencia en el campo del diseño gráfico. Proporciona herramientas básicas para desarrollar capacidades necesarias en su profesión, como así también los

contenidos conceptuales necesarios para abordar problemas de diseño y comunicación gráfica en el contexto local y regional.

La currícula orienta la formación de un/a diseñador/a gráfico/a sensible a las problemáticas comunicacionales de la comunidad y rescata la trayectoria del diseño gráfico latinoamericano. A través de esta tecnicatura el/la diseñador/a gráfico/a podrá dar respuestas a las demandas de su entorno y contribuir en la mejora de la calidad de vida de las personas en términos socio sustentables.

Asimismo, se busca que el/la egresado/a sea capaz de construir, desde las herramientas adquiridas, sus propios espacios de trabajo profesional; esto significa que el/la profesional egresado/a no esté atado/a al mercado laboral existente, sino que también sea capaz de transformarlo de manera propositiva y autónoma. Para esto, la currícula propone una transversalidad de prácticas profesionalizantes, por niveles, que lo/la acercan de manera crítica al ejercicio disciplinar, no para reproducir las formas existentes, sino para formular y proyectar espacios de desarrollo profesional innovadores y sustentables.

En términos específicos, la propuesta curricular propone una formación que enfatiza lo gráfico a través de unidades curriculares que estaban ausentes en la Tecnicatura Superior en Diseño Gráfico y Publicitario y que resultaban necesarios, tales como Morfología y una nueva unidad curricular de Tipografía; a la vez se amplía la orientación de la carrera lo que permitirá dar respuesta a demandas sociales. Es por esto que se incorporan prácticas de vinculación territorial comunitarias, que posibilitan que el diseño gráfico responda a una demanda más amplia que la meramente comercial desde la práctica extensionista concreta.

Otro elemento fundamental es la posibilidad que ofrece esta transformación en términos de adaptación a los cambios producidos por el impacto de las nuevas tecnologías, y en consonancia con la perspectiva de un diseño sustentable, ampliar el campo de intervención del/de la diseñador/a gráfico/a a los espacios digitales. Esto supone la formación en términos técnicos, pero también teóricos comunicacionales, ofreciendo herramientas que habiliten al/a la egresado/a al

desarrollo de intervenciones en el espacio digital con el manejo de las especificidades que esto implica. Un/a egresado/a capaz de pensar desde lo analógico y lo digital, mixturando las posibilidades que ambos proponen para resolver problemáticas que atañen al conjunto de comunidades que habitan su contexto próximo.

## **2. Horizontes de la carrera**

### **2.1. Objetivos de la carrera**

- Desarrollar capacidades para el manejo de información y comunicación en el ejercicio del diseño gráfico.
- Promover una formación disciplinar desde la perspectiva sociosustentable.
- Desarrollar capacidad crítica para vincular el diseño gráfico con las problemáticas de la sociedad y la cultura.
- Formar profesionales con pensamiento crítico-reflexivo dispuestos a producir respuestas de diseño gráfico innovadoras.

### **2.2. Perfil del egresado**

El/la Técnico/a Universitario/a en Diseño Gráfico poseerá los conocimientos teóricos, habilidades procedimentales y actitudes para:

- Dar respuesta a las demandas informacionales y comunicacionales de la comunidad desde el campo del diseño gráfico.
- Ser sensible a las necesidades locales y de la región para contribuir desde la comunicación gráfica al desarrollo y al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.
- Desenvolverse de manera profesional en ámbitos públicos, privados y autogestivos.
- Proyectar sistemas de comunicación integrales, sostenibles y sustentables a través de las actividades profesionales dentro del ámbito del diseño gráfico.

- Participar desde el diseño gráfico en proyectos de impacto ambiental reducido para el desarrollo de sociedades socio-sustentables.
- Utilizar tecnologías y técnicas gráficas tradicionales y digitales en su desempeño profesional.

### **2.3. Alcances del título**

El/la graduado/a de la Tecnicatura Universitaria en Diseño Gráfico estará habilitado/a para:

- Atender las demandas de comunicación de contextos locales, regionales y globales a través del diseño gráfico en términos sociosustentables.
- Resolver problemas de comunicación, a través del diseño gráfico, en diferentes ámbitos y entornos públicos, privados y/o independientes.
- Desempeñarse como diseñador/a gráfico/a en ámbitos públicos, privados y/o independientes.
- Asesorar y desarrollar sistemas de comunicación visual e información integrales para medios gráficos y digitales.
- Participar en equipos de desarrollo y evaluación de proyectos sobre el impacto socio-ambiental de los sistemas de comunicación visuales existentes y a proyectarse.
- Integrar desde el área del diseño gráfico y comunicación visual cadenas productivas tradicionales y de avanzada.
- Participar en proyectos de diseño tipográfico para aplicar en piezas de comunicación visual y/o proyectos editoriales.
- Trabajar como profesional de la ilustración para entidades y/o editoriales públicas, privadas y/o independientes.
- Integrar equipos de investigación, extensión y transferencia, destinados a la producción de conocimiento disciplinar y/o transferencia de saberes.



### **3. Diseño curricular de la carrera**

#### **3.1. Requisitos de ingreso**

Las condiciones de ingreso a la carrera son las estipuladas en el artículo 7 de la LES N° 24.521: "Para ingresar como alumno a las instituciones de nivel superior, se debe haber aprobado el nivel medio o el ciclo polimodal de enseñanza\*. Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que las provincias, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires o las universidades en su caso establezcan, que tienen preparación y/o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente".

Nota: \*o equivalente en la LEN.

#### **3.2. Estructura curricular**

a. Unidades curriculares, código de unidad curricular, formato, asignación horaria semanal y total

Unidades Curriculares Anuales											
Unidad Curricular	Cód. UC <sup>1</sup>	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica						
Morfología	01	Taller	96	3	Promoción Regular						
Técnicas de dibujo	02	Taller	64	2	Promoción Regular						
Color 1	03	Taller	64	2	Promoción Regular Libre						
Técnicas y materiales	04	Taller	96	3	Promoción Regular Libre						
Producción digital 1	05	Taller	64	2	Promoción Regular						
Tipografía 1	06	Seminario	96	3	Promoción Regular Libre						
Unidades curriculares cuatrimestrales											
1° cuatrimestre					2° cuatrimestre						
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Introducción al diseño	07	Taller	48	3	Promoción Regular Libre	Comunicación visual	09	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre
Diseño de identidad	08	Practica profesionalizante	48	3	Promoción Regular	Historia del diseño gráfico	10	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre

<sup>1</sup> Código de la Unidad Curricular.

**Totales 1° año**

Unidades curriculares: 10 (diez) - 6 (seis) anuales y 4 (cuatro) cuatrimestrales

Horas reloj anuales: 640 (seiscientos cuarenta) horas reloj

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 21 (veintiuna) y segundo cuatrimestre: 19 (diecinueve)

**0 1 8 5**

2° Año											
Unidades Curriculares Anuales											
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Horas reloj semanales	Condición académica		
Diseño gráfico para envases y para entorno	11	Practica profesionalizante	96	3	96	3	Promoción Regular		Promoción Regular		
Producción gráfica	12	Asignatura	96	3	96	3	Promoción Regular Libre		Promoción Regular Libre		
Ilustración	13	Seminario	64	2	64	2	Promoción Regular Libre		Promoción Regular Libre		
Color 2	14	Taller	64	2	64	2	Promoción Regular		Promoción Regular		
Producción digital 2	15	Taller	64	2	64	2	Promoción Regular		Promoción Regular		
Tipografía 2	16	Seminario	96	3	96	3	Promoción Regular		Promoción Regular		
Unidades curriculares cuatrimestrales											
1° cuatrimestre					2° cuatrimestre						
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Seminario electivo institucional	17	Asignatura	32	2	Promoción Regular	Diseño publicitario	20	Seminario	32	2	Promoción Regular Libre
Historia del diseño gráfico latinoamericano	18	Asignatura	48	3	Promoción Regular Libre	Lengua extranjera con fines específicos	21	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre
Estudios de la imagen visual	19	Seminario	32	2	Promoción Regular Libre						

**Totales 2° año**

Unidades curriculares: 11 (once) - 6 (seis) anuales y 5 (cinco) cuatrimestrales

Horas reloj anuales: 656 (seiscientas cincuenta y seis) horas reloj

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 22 (veintidós) y segundo cuatrimestre: 19 (diecinueve)

**0185**

3° Año											
Unidades Curriculares Anuales											
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Horas reloj semanales	Condición académica					
Diseño editorial	22	Practica profesionalizante	96	3	3	Promoción Regular					
Diseño digital	23	Taller	96	3	3	Promoción Regular					
Producción digital 3	24	Taller	64	2	2	Promoción Regular					
Diseño audiovisual	25	Seminario	64	2	2	Promoción Regular Libre					
Unidades curriculares cuatrimestrales											
1° cuatrimestre						2° cuatrimestre					
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Lectura y escritura académicas	26	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre	Gestión del diseño	30	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre
Mercadotecnia y publicidad	27	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre	Deontología profesional	31	Seminario	32	2	Promoción Regular Libre
Práctica de vinculación territorial comunitaria 1	28	Seminario	32	2	Promoción Regular	Práctica de vinculación territorial comunitaria 2	32	Seminario	32	2	Promoción Regular
Investigación para el diseño	29	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre						

**Totales 3° año**

Unidades curriculares: 11 (once) - 4 (cuatro) anuales y 7 (siete) cuatrimestrales

Horas reloj anual: 544 (quinientas cuarenta y cuatro) horas reloj

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 18 (dieciocho) y segundo cuatrimestre: 16 (dieciséis)

**Totales del plan de estudio**

Unidades curriculares: 32 (treinta y dos) - 16 (dieciséis) anuales y 16 (dieciséis) cuatrimestrales

Horas reloj: 1840 (mil ochocientas cuarenta) horas reloj

**b. Modalidad de dictado de las unidades curriculares**

Todas las unidades curriculares son de modalidad presencial.

**c. Contenidos mínimos de las unidades curriculares**

**PRIMER AÑO**

**01-Morfología**

Campo gráfico. Elementos morfológicos básicos. Punto, línea y plano. Valores. Gradaciones. Elementos de diseño: conceptuales y visuales. Elementos de relación. Centros de interés visual. Relación figura-fondo. Leyes compositivas. Tipos de composición. Elementos compositivos: simetría, ritmo, proporción, equilibrio, tensión. Tipos de figuras: orgánicas, geométricas, abiertas, cerradas, simples y complejas. Relación entre figuras. Texturas. Tramas. Forma como plano y como volumen. Construcción orgánica y geométrica de las formas. Proporción áurea y serie de Fibonacci aplicadas a la representación gráfica. Geometría de los rectángulos estáticos y dinámicos. Polígonos regulares. Orden compositivo y lenguaje. Teoría y leyes de la Gestalt. Representación visual del movimiento. Procesos de síntesis gráfica de figuras.

**02-Técnicas de dibujo**

Técnicas y formas de representación para dibujo. Representaciones lineales y volumétricas. Problema de la escala-proporción. Construcción de figuras geométricas básicas: cuadrado, triángulo, rectángulo, trapecio, polígonos. Técnicas y recursos gráficos para la construcción de formas, volúmenes, luces y sombras. Tipos de líneas. El boceto. La representación rápida y conceptual de la bidimensión y de la tridimensión. El croquis. La representación a mano alzada. La expresión gráfica. Técnicas. Métodos de proyección. Fundamentos. Ejes cartesianos. Sistemas en dos dimensiones. Sistema diédrico o Monge. Escala. Líneas. Sistemas en tres dimensiones. Sistema Axonométrico y Perspectiva Caballera. Perspectiva



isométrica/Caballera de frente/Caballera de planta. Sistema cónico central (un punto y dos puntos de fuga). Representación de la circunferencia y planos no ortogonales. La representación de la luz y la sombra: aplicación a volúmenes simples. Usos en el diseño gráfico.

### **03-Color 1**

Luz y color. Percepción y experiencia del color. El límite entre cromático-acromático. Síntesis aditiva y sustractiva del color. Dimensiones del color. Sistemas de representación y relaciones de color. Construcción del color. Contrastes y armonías. Relatividad del color. Interacción del color. Dominancias de color: claves tonales, geometría y color. Color en el diseño gráfico. Comunicación del color. Simbología del color. Aplicación del color en estructuras compositivas complejas. Representación del espacio a través del color. Representación del movimiento a través del color. Representación del espacio y del movimiento a través del color en el diseño.

### **04-Técnicas y materiales**

Soportes para uso gráfico: celulósicos, plásticos, vinílicos, textiles, otros. Definición. Clasificación. Tipologías. Condicionantes de uso y propiedades de los materiales: resistencia, elasticidad, porosidad, impermeabilidad, etc. Usos y aplicaciones gráficos. Lonas para cartelería. Pop up, papercut, dobleces plegados, calados, etc. Encuadernación: industrial y artesanal. Tipos de cosidos. Técnicas aplicables a piezas y objetos gráficos. Técnicas gráficas artesanales. Secas, húmedas, mixtas. Materiales, soportes y herramientas. Exploración, sensibilización y aplicación. Técnicas artesanales de impresión. Gofrado. Monocopia. Transfer. Xilografía. Serigrafía. Otras. Materiales, soportes y herramientas. Exploración, sensibilización y aplicación.

## **05- Producción digital 1**

Introducción en el manejo informático. Herramientas de dibujo y manipulación de texto, objetos y elementos de gráfica vectorial. Dibujar, calcar, vectorizar, componer. Introducción a las IT. Hardware y software específico para diseño gráfico. Sistemas operativos y aplicaciones de diseño profesional. Software privativo y software libre. Imagen vectorial y mapa de bits. Vectores: características, aplicación y edición. Nodos. Escala, selección, zoom. Guías, reglas. Herramientas buscatrazos o de dar forma. Transformaciones. Formatos de archivos de vectores. Herramientas de escritura. Texto de párrafo y artístico. Texto a trayecto. Incluir mapas de bits en un archivo vectorial. Exportar y rasterizar.

## **06-Tipografía 1**

Tipografía. Aspectos históricos: antecedentes de la tipografía. Escritura y tipografía. Signos fundamentales. Aspectos formales: caligrafía y tipografía. Anatomía de la letra. Forma y contraforma. Familias tipográficas. Variables estructurales y formales. Composición tipográfica. Formas compositivas. Reticula. Contraste y ritmo tipográfico. Aspectos funcionales: legibilidad en la letra y la palabra: características, generalidades, límites. Forma-contraforma. Aspectos ópticos y geométricos. Ajuste de espaciado. Disponibilidad de las fuentes y usos. Tipometría. Aspectos expresivos: la tipografía como forma. Iconización de la tipografía. Palabra-imagen. Pictogramas, ideogramas. Disponibilidad y usos de la tipografía. Aspectos semióticos: la tipografía como sistema de signos. Lenguaje tipográfico. Relación forma-contenido, asociaciones tipográficas. Tipografía en contexto.

## **07-Introducción al diseño**

El diseño como hacer proyectual: definiciones. Antecedentes del diseño gráfico. Diseño gráfico. Concepto. Definición y áreas del campo disciplinar. Actualización de las áreas disciplinares. Procesos de diseño: metodologías y herramientas proyectuales. Relación problema-solución-identificación del

problema-diagnóstico de diseño-análisis de los contextos. Teoría sistémica. El concepto de sistema en el diseño gráfico: "el diseño, de la unidad al sistema".

### **08-Diseño de identidad**

Tipos de identidad gráfica: institucional, corporativa, marca, imagen global, identidad de lugar.

Diseño gráfico de identidad institucional. Identidad: sustancia, función forma. Signo marcario como núcleo de la identidad institucional. Los soportes de la identidad corporativa. Normalización de la identidad institucional: manual de uso. La aplicación de la marca en las piezas de diseño. Marcas dinámicas y flexibles. Planificación y normalización de imagen global. Lo público y lo privado: diseño de identidad de organizaciones, instituciones y empresas. El signo identificador a partir del origen y contexto de uso. Identidad de lugares. Esta unidad curricular promoverá actividades y proyectos de formación que requieran una amplia y flexible utilización de los conocimientos y recursos adquiridos, integrando la formación específica de las diversas unidades curriculares para un competente desempeño y desarrollo profesional en ámbitos formales y no formales a través de convenios y acciones conjuntas con instituciones públicas y privadas del medio.

### **09- Comunicación visual**

Comunicación visual: origen y desarrollo del concepto. Comunicación visual y cultura. Cultura. Interculturalidad, hibridación. Perspectiva sociosemiótica de la cultura. Cultura y comunicación. Comunicación visual y percepción. El proceso perceptivo visual. Comunicación visual y semiótica. El texto visual. Imagen, visualidad y mirada. De las imágenes a los imaginarios. Técnicas de la comunicación visual.

## **10- Historia del diseño gráfico**

Historia y diseño. Antecedentes de diseño gráfico. Imprenta y comunicación gráfica antes de la Revolución Industrial. Artesanía y diseño. El rol del artesano en el desarrollo del diseño. Modernismos. Movimiento de artes y oficios. Ligas de Artesanos. Arte y diseño: influencia de las vanguardias artísticas de siglo XX. Diseño e industria: consecuencias económicas, tecnológicas, políticas y sociales. Fotografía y diseño. Escuelas de diseño. Aportes en la enseñanza y la práctica del diseño. Diseño Racional Funcionalista. Bauhaus. Ulm. Movimiento tipográfico internacional. Escuela de Nueva York: influencias en Latinoamérica y Europa. Diseño en el cambio de siglo. New Design. El nuevo funcionalismo humanista del siglo XXI. El paradigma socio – sustentable del diseño.

## **SEGUNDO AÑO**

### **11-Diseño gráfico para envases y para entorno**

Funciones y estrategias comunicacionales del diseño gráfico para envases. Clasificación del envase (primario, secundario, terciario). Envases sustentables y biodegradables. Envase y medio ambiente: reciclado y reutilización. Recursos sustentables para el diseño de envases. Tipos de etiquetas, bolsas, cajas. Displays. El envase en el punto de venta. Visibilidad, legibilidad. Color, tipografía, imagen, etc.

El rol del diseño gráfico en relaciones a las condiciones de comercialización de los productos nacionales e internacionales. Problemas del uso: embalar, empaquetar, guardar, trasladar, envasar, cerrar. El envase como objeto semiótico. El envase inclusivo desde una mirada social.

Diseño gráfico para entorno. Arquigrafía. Señalética. Orígenes de la señalética. Adaptación de la señalética al medio, función y estructura arquitectónica. Propiedades del lenguaje señalético. El signo icónico, lingüístico y cromático. Abstracción y esquematización en el diseño de pictogramas. Metodología para la creación de programas señaléticos. Técnicas y materiales, tipos de señales.

Diseño gráfico en puntos de venta, eventos, ferias, otros. Tipografía y color en relación al entorno de aplicación. Recursos sustentables para el diseño gráfico de entorno. Espacio urbano y paisaje: cambios y transformaciones, las intervenciones, los hábitos, la apropiación por parte de las comunidades y el impacto en la cultura de las mismas. Esta unidad curricular promoverá actividades y proyectos de formación que requieran una amplia y flexible utilización de los conocimientos y recursos adquiridos, integrando la formación específica de las diversas unidades curriculares para un competente desempeño y desarrollo profesional en ámbitos formales y no formales a través de convenios y acciones conjuntas con instituciones públicas y privadas del medio.

## **12- Producción gráfica**

La impresión. Antecedentes. Definición de sistema de impresión. Clasificación según forma impresora: relieve, hueco, plano, esténcil/permeable, digital. Antecedentes y características técnicas de cada sistema. Sistemas directos e indirectos. Fotograbado. Sistemas en relieve: sistema tipográfico plano contra plano, plano-cilíndrica y rotativa. Flexografía. Sistemas en hueco: rotograbado/huecograbado. Sistema plano: offset convencional y digital. Sistema esténcil/permeable: serigrafía. Sistema digital: ink-jet, láser, tecnología CTP, otros. Hot stamping, cuño seco, textil, otros. Flujos de pre prensa. Soportes imprimibles. Sistemas de entintado. Tintas. Sistemas de postimpresión: lacas, barnices y stamping. El original gráfico para cada sistema.

Tecnologías de impresión y materiales para cartelería, envases y gráfica de entorno. Sistemas de iluminación para gráfica de entorno y puntos de venta.

### **13-Ilustración**

Definición del campo y la práctica. Antecedentes. Funciones. Posibilidades técnicas, expresivas, semánticas y de procedimiento. Géneros, subgéneros, estilos y cruces. Ilustración y narración. Técnicas de ilustración: tradicionales y no tradicionales. Herramientas manuales y digitales. Soportes para ilustración. Relaciones ilustración, texto, escritura, tipografía. Procesos de producción. Ilustración y diseño gráfico. Ilustración científica y producción informacional. Ilustración poética: literatura, piezas persuasivas, portadas, etc. Ilustración, el diseño, el arte y otras disciplinas proyectuales y expresivas. La práctica del ilustrador y del editor de libros ilustrados. Referentes en ilustración en Argentina, Latinoamérica y el mundo.

### **14-Color 2**

Sistema RGB y sistema CMYK. Proceso de impresión del color a uno, dos y cuatro colores. Colores especiales. El color y tecnologías de impresión. Corrección del color. Efectos del color. El color web. Normalización y gestión del color. Color proyectado, color en pantalla, sistemas estandarizados de color, colorimetría, temperatura de color en fotografía, etc.

El color en el diseño gráfico: funciones del color. Visibilidad y legibilidad cromática. Manejo de colores y tipografías. Legibilidad del color. El color denotativo, el color connotativo y el color esquemático. Climas cromáticos, color y persuasión. Color e identidad. Color como soporte informacional, el color como indicador, etc.

### **15-Producción digital 2**

La imagen digital o bitmap. Tamaño y resolución. Tipos de compresión. Formatos de archivos de imagen. Operaciones específicas sobre mapas de bits. Recorte, fusión y efectos de capas. Vectorización y rasterización. Retoque. Escaneado, corrección y destramado. Operaciones de sobremuestreo. Fotomontaje y montajes. Renders. Software y herramientas

de edición. Iluminación, contrastes, niveles y tonos. Dibujo, selección, recorte, máscaras. Capas. Clonación. Parches y herramientas cosméticas. Histograma. Animación bitmap, fotogramas, principios y formatos de archivo. Animación para banners simples. Formatos bitmap para web y requerimientos. Control del color. Sistema RGB. Sistema sustractivo CMYK. Paleta de color indexado. Colores directos e imágenes multicanal. Tintas sólidas. Originales lineales de tono continuo y medios tonos. Tipos de tramas. Inclínación y lineatura de trama. Resolución de salida. Originales y preparación para la impresión. Calibración de perfiles de color digital en monitores escáneres y archivos. Tintas. Preparación de tipografía. Preparación de mapas de bits. Preparación en función de sistema de impresión.

## **16-Tipografía 2**

Aspectos formales: composición tipográfica. Retícula. Método de justificación. Mancha de texto. Maquetación. Estilos de maquetación. Funciones de la tipografía: identidad. La tipografía en soportes diversos opacos o lumínicos. Tipografía digital. Características. Posibilidades compositivas. Aspectos perceptivos: Legibilidad, lecturabilidad, lectura. Tipografía para dispositivos móviles y multimedia. Tipografía, información y comunicación. Ortotipografía. Signos tipográficos. Usos y funciones. Tipografías distintivas. Citas textuales, bibliográficas y notas. Cifras. Abreviaturas. Premisas para el diseño de fuentes. Diseños digitales. Estructuras. Estilos. Proceso y métodos de construcción. Digitalización. Espaciado. Programa y variables tipográficas. Tipografía como software. Tipografía expresiva: Estilos tipográficos. Formas del texto. Unidad texto y forma. Ritmo. Variaciones. Cinética. Tipografía – imagen color tipográfico. Formas tipográficas. Estética tipográfica. Aspectos semióticos: denotación y connotación en tipografía.

### **17-Seminario electivo institucional**

El Seminario electivo institucional promoverán el estudio de problemáticas y temáticas que posibiliten a los estudiantes, la ampliación y profundización de saberes que complementen su formación universitaria. Abordarán temáticas vinculadas a Derechos Humanos y Perspectiva de género, Compromiso Universitario, Inclusión y Equidad, Paz, Convivencia, Diversidad, Ambiente, Adicciones, entre otros; las cuales serán definidos por el Rectorado en concordancia a las políticas educativas vigentes.

Se proyectan desde/ o con el compromiso de ser una universidad pública, democrática y socialmente comprometida con su comunidad.

### **18-Historia del diseño gráfico latinoamericano**

Antecedentes de la gráfica en Latinoamérica. Escrituras locales. Comunicación gráfica anterior a la imprenta. La imprenta en Latinoamérica. Tipos y tipografía en Latinoamérica. Gráfica en la calle: avisos, carteles y afiches. Publicaciones impresas periódicas: periódicos, revistas. Publicidad y gráfica de envases. Diseño de identidad: marcas latinoamericanas. Diseño gráfico y Estado en Latinoamérica. Arte y diseño. Escuela de diseño. Industrialización en Latinoamérica, impacto en el diseño gráfico. Influencias. Orígenes y consolidación del diseño gráfico en Argentina. Primeros estudios y agencias. Diseño y política. Diseño e identidad. Diseño empresarial. Formación académica/universitaria de diseñadores argentinos. Diseño gráfico como disciplina. Diseño público / diseño para el bien común. El Diseño gráfico argentino después de la Revolución Digital. El boom del diseño en los '90. Diseño y globalización, las privatizaciones y las crisis de fin del siglo XX.



### **19-Estudios de la imagen visual**

La imagen visual material. Características y elementos. La imagen técnica. La imagen-soporte de información. La imagen para transferencia de un conocimiento. Relación objeto imagen. Vías de codificación en la imagen visual material. Imagen fija. Procesos analógicos y digitales. Escaneado y digitalización como recursos gráficos. Imagen fotográfica. Especificidad de la imagen fotográfica. Formatos, encuadres, planos, punto de vista. La exposición fotográfica: tiempo y luz. Profundidad de campo y enfoque selectivo. Tiempo y movimiento. Iluminación. La fotografía para el proyecto de diseño gráfico. La imagen fragmentada. Collage. Fotomontaje. Técnicas derivadas: fotografismo, fotodiseño, otras. Imagen fija y secuencia. Tiempo-espacio y narratividad visual. Historieta. Cómic. Fotorrelato. Recursos y realización.

### **20-Diseño publicitario**

Devenir histórico de la publicidad y la propaganda. Definiciones. El diseño gráfico promocional en los medios tradicionales y no tradicionales. Los formatos analógicos y digitales del diseño gráfico publicitario. Funciones en los medios masivos y alternativos. Articulación de texto e imagen con fines publicitarios. Niveles de lectura. Orden y unidad en la pieza gráfica. Diseño de sistemas gráficos en el ámbito del diseño publicitario. Estrategias comunicacionales del diseño gráfico publicitario.

Historia de marca: narrativa a partir de imágenes, textos y sensaciones. Anclaje y relevo. Sistemas de identidad promocional. Campañas publicitarias. El lema y la marca. Constantes y rupturas. Los tiempos de la publicidad. Promover e informar.

### **21-Lengua extranjera con fines específicos**

Función y propósito comunicativo del lenguaje. Macro habilidades lingüísticas. Estructuras gramaticales. Léxico. Géneros discursivos primarios

y secundarios del campo disciplinar, orales y escritos. Conversaciones en contextos relacionados con el campo específico correspondiente a la carrera en cuestión. Sentido global de un texto en la lengua extranjera. Anticipación de la lectura. Elementos para textuales. Estrategias de lectura comprensiva. Relaciones intra textuales. La etapa de Pos-lectura. Multiplicidad de funciones del lenguaje. Contenidos funcionales lingüísticos. Contenidos funcionales específicos del campo de estudio correspondiente a la carrera. Contenidos léxicos específicos. Contenidos gramaticales.

## **TERCER AÑO**

### **22-Diseño editorial**

Diseño gráfico editorial. Características y alcances del área. Materialidades analógicas y digitales del diseño editorial. Circulación y consumo de los productos editoriales. Diseño de libros. Diagramación clásica. Los márgenes, la caja, el encabezado, la paginación. Tipografía para lectura continua. Revista. Revistas digitales e impresas. Partes de una revista. Formatos. Estructura y composición. Formatos alternativos de revistas: fanzine, posterzine, desplegable. Folletos. Formatos. Articulación entre el texto y la imagen. Lecturas continuas y dinámicas. Versiones digitales y recursos gráficos. El diseño editorial en redes. Texto en pantalla, tiempos de lecturas. Leer y/o barrer información. Articulaciones de texto-imagen en pantalla. Lectura de textos y usabilidad. Libros en pantalla.

El rol del diseño gráfico editorial en la divulgación del conocimiento.

Esta unidad curricular promoverá actividades y proyectos de formación que requieran una amplia y flexible utilización de los conocimientos y recursos adquiridos, integrando la formación específica de las diversas unidades curriculares para un competente desempeño y desarrollo profesional en ámbitos formales y no formales a través de convenios y acciones conjuntas con instituciones públicas y privadas del medio.

### **23-Diseño digital**

El diseño gráfico digital. Definición del área. Diseño de sitios web. Usabilidad, interfaz gráfica, recursos. Diseño de interfaz para aplicaciones. Estrategias de comunicación digital y diseño para redes sociales. Funciones y recursos. Diseño interactivo: definición. Aplicaciones y recursos del diseño interactivo.

### **24-Producción digital 3**

Maquetación de documentos editoriales para formato impreso y para medios virtuales. Maquetas editoriales. Hipertexto y HTML básico e intuitivo. Aplicaciones para maquetar. Combinar insumos y producir documentos complejos. Diseño de originales. Características de los documentos multipágina. Herramientas de dibujo. Transformaciones, organizar y manipular objetos. Herramientas de escritura básicas. Funciones de librería (muestras - estilos) semiautomatizadas. Estilos de párrafo. Atributos tipográficos avanzados. Manipular páginas. Usar páginas maestras. Uso de capas. Empaquetar y exportar. Preparar originales para web y para prensa. El hipertexto y el lenguaje html. Historia. Características del lenguaje de etiquetado. Estructura básica del html. Etiquetas básicas. Estilos y clases. CSS. Editores de código. Productores de código intuitivo WYSIWYG y CMS contentmanagementsystems. Elementos interactivos. Superficie y layout del hipertexto. Arquitecturas de la información.

### **25-Diseño audiovisual**

Intersecciones entre los medios audiovisuales y el diseño gráfico; cine, TV, web. Ejes: diseño audiovisual e información, diseño audiovisual y entretenimiento, diseño audiovisual y conocimiento, diseño audiovisual y redes. Algunos contenidos que son tareas específicas del/de la diseñador/a en esta área son: diseño y planificación audiovisual, producción de contenidos, storyline, adaptación de contenidos, división por escenas y

secuencias, relato principal y secundario, pertinencias entre sonido-imagen-texto: hojas de modelos, hojas de estilo, diseño del layout, diseño de la secuencia storyboard, manejo del tiempo-espacio, animatic.

## **26- Lectura y escritura académicas**

Principales géneros académico-científicos. Discurso académico: la argumentación y la exposición. Organización. La lectura como proceso. Competencias lingüísticas, paralingüísticas, discursivas, sociales, culturales e ideológicas. La situación retórica (dimensión pragmática): propósitos, audiencia, tema. Ethos discursivo. Desagentivación. La cita: Verbos introductorios de la cita. Tipos de citas: cita directa, cita ideológica, alusión a otros textos. Construcción de la Bibliografía. Estilos de Citación. Normas APA. Tipos de citas de materiales digitales o de internet.

Pertinencia de la información, adecuación del vocabulario a la situación comunicativa y a la clase textual, establecimiento de relaciones significativas entre las partes que componen el escrito (dimensión semántica).

Corrección en la estructuración de las frases y oraciones, presentación de todos los constituyentes sintácticos y de un orden lógico de los elementos (dimensión sintáctica). Marcadores discursivos.

Selección léxica, concordancia y elección de la persona gramatical, del tiempo y del modo verbal coherentes con la clase textual y con la intención del texto (dimensión morfológica). Adecuación del escrito a las normativas ortográficas, uso de siglas y abreviaturas. Escritura de proyectos, monografía, trabajos finales.

## **27-Mercadotecnia y publicidad**

Mercadotecnia. Conceptos básicos: necesidad, deseo, demanda. Mercado y segmento. Atención al consumidor. Aspectos psicológicos que inciden en la conducta del consumidor: motivación y percepción. Mezcla comercial: producto, precio, plaza y promoción.

Publicidad: conceptualización. Objetivos publicitarios: informar, persuadir, recordar. Presupuesto publicitario: sus distintos métodos. Medios gráficos publicitarios: ventajas y desventajas. Técnicas publicitarias: nuevas herramientas de comunicación. Medición de los resultados. Necesidad, deseo y demanda. Estudio de mercado. Nichos de mercado. Posicionamiento. Intercambio. Variables: producto, distribución, canales, promoción, etc. Satisfacción del usuario: evaluación. Fases del proceso de mercadotecnia.

### **28-Práctica de vinculación territorial comunitaria 1**

Compromiso Social de las Universidades: Conceptos básicos. Reforma Universitario de 1918. Declaración CRES 2018. La autonomía Universitaria en contextos de exclusión social. El Derecho a la Educación Superior. Universidad, Estado y Políticas Públicas. Calidad y pertinencia en la Educación Superior. Consideraciones centrales en las intervenciones territoriales desde la Integralidad. Dimensiones políticas, epistémicas, éticas, sociales y pedagógicas como ejes conceptuales básicos en el trabajo comunitario.

### **29-Investigación para el diseño**

Investigación: conceptualización. Investigación en contexto: cultura, clases sociales, grupos de referencia, edad y género. Definición de la problemática. Revisión de antecedentes. Metodología investigativa: fuentes de datos: primarios y secundarios. Tipos de investigación. Investigación cualitativa: grupos de debate. Entrevistas en profundidad. Experimentos, investigación cuantitativa: encuestas. Diseño de un cuestionario, relevamiento de datos. Tabulación de datos. Presentación de resultados. Cuestiones éticas de la investigación. Investigación proyectual. Relación problema solución. Identificar y enunciar el problema. Tipificación de audiencias: mosaicos. Tipificación de necesidades. Definición de atributos. Estilos. Definición del

proyecto: toma de partido, claves del sistema, estrategias de creatividad. Pensamiento radiante. Cartillas de anteproyecto.

### **30-Gestión del diseño**

Gestión. Conceptos y funciones. Gestión del diseño. Identidad, imagen y comunicación institucional. Cultura corporativa: herramientas, conceptos y estrategias. Análisis FODA. Brief. Organización de empresa. Comunicación interna y externa. Procesos de análisis ambiental / de entorno. El valor económico del diseño. Componentes del precio del diseño. Costos fijos y variables. Costo hora: gestión, creativas, operativas, de seguimiento, de estructura. El presupuesto. Confección y presentación. Costos fijos y variables. Formas presupuestar honorarios profesionales. Emprender en el diseño. La función actual de la mercadotecnia. Comprador-consumidor. Cómo lograr sustentabilidad económica desde el diseño.

### **31-Deontología profesional**

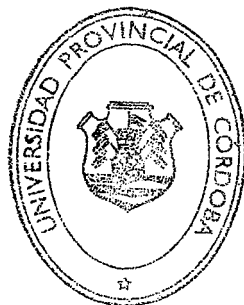
Moral y ética. Fundamentaciones de la moralidad y la eticidad. Diversas corrientes de fundamentación ética: Aristóteles, Utilitarismo, Kant. Acción y responsabilidad. Praxis y responsabilidad. Responsabilidad y libertad. Circulación de los mensajes y conciencia social. Ética cívica. Los colegas. El comitente. Los receptores. El impacto en el ambiente del soporte y del mensaje. El diseño sustentable: ambiental y social. Regulación y reglamentaciones de la práctica. Limitaciones y alcances de la práctica. Codificación y normativas de las prácticas. Asociaciones y colegios profesionales. Patentes, competencia leal y desleal, derechos de uso, derechos de explotación, diseño inclusivo, diseño accesible, registros de propiedad intelectual, derechos de autor, propagación de estereotipos, valores universales, valores positivos, acuerdos entre partes, contratos.

### **32-Práctica de vinculación territorial comunitaria 2**

Aspectos centrales de las intervenciones en comunidad desde perspectivas críticas: diálogo de saberes, trans-disciplina, integración de las funciones sustantivas. Herramientas básicas de intervención territorial, alcances. Las prácticas de interacción con el entorno en el marco de los procesos de curricularización. Modos de intervención. Propuesta de experiencias en comunidad. Fundamento, diseño, implementación, evaluación y seguimiento.

### **3.3. Propuesta de seguimiento curricular**

El/la responsable académico/a de la carrera estará a cargo de la organización y gestión de la misma, con el fin de alcanzar los objetivos y el perfil profesional propuesto. Asimismo, será responsable del seguimiento e implementación del plan de estudios y de su revisión periódica. Tendrá injerencia en acciones de gestión académica como la conformación de equipos, definición de cumplimiento de los programas de las unidades curriculares, seguimiento de la formación teórica y práctica brindada a los estudiantes, métodos de enseñanza, formas de evaluación, entre otros aspectos.



  
Lic. Raquel Krawchik  
Rectora Normalizadora  
Universidad Provincial de Córdoba

